

## **Kommunikationswissenschaftliche Kritik der Praxis von Unternehmenskommunikation und Werbung – ein Workshop III**

**Hauptseminar – Maximale Teilnehmerzahl: 30**

**Termine: 28.4 – 29.4.2006 und 14.7. - 16.7.2006  
jeweils von 10 bis 18.00 Uhr (c.t.)**

Drei Aspekte stehen im Zentrum des Seminars:

- 1) Die oft beklagte Wirkungslosigkeit von Unternehmenskommunikation bzw. die Unsicherheit über die Wirkung von Unternehmenskommunikation gehen einher mit einem absoluten Unwissen über die wichtigsten Erkenntnisse der Kommunikationswissenschaft (Essener Prägung)
- 2) Die Kommunikationsbranche hat sich allerdings mit Wirkungslosigkeit, Unsicherheit und Unwissen weitgehend arrangiert. Kennzeichnend ist nicht etwa eine permanente Suche nach besseren Erklärungen und neuem Wissen, die sich in entsprechenden Forschungsbudgets ausdrücken würde, viel mehr beherrschen hermetische Rituale zur Entscheidungsfindung und Verantwortungsverteilung die Szene
- 3) Überraschender Weise steht aber auch auf der Seite der kommunikationswissenschaftlichen Forschung Unternehmenskommunikation keineswegs im Fokus des Erkenntnisinteresses. Die Mehrzahl der Forschenden und Studierenden lassen den Bereich, in dem das meiste Geld für Kommunikation ausgegeben und eingenommen wird, links liegen. Das Feld wird kampflos dem betriebswirtschaftlichen Paradigma überlassen

Grund genug die Praxis von Wirtschaftskommunikation und Werbung kommunikationswissenschaftlich kritisch zu betrachten und sich fragend, forschend und streitend neuen Wegen zu nähern.

Das Seminar ist als Workshop konzipiert, d.h. in der zweitägigen Start-Sitzung wird von meiner Seite eine gemeinsame Wissensbasis gelegt und Arbeitsthesen vorgestellt und Ansätze zur Weiterarbeit (Scheinerwerb) aufgezeigt. Die 3 Tage im Juli stehen dann ganz im Zeichen des gemeinsamen Diskutierens und Arbeitens. D.h. hier werden die kleineren und größeren Arbeiten aus dem Studentenkreis vorgestellt und es wird wahrscheinlich einen Round-Table mit weiteren Praktikern aus Unternehmen und Agenturen geben – es ist daran gedacht diesen Teil außerhalb der Universität stattfinden zu lassen!

Das Seminar setzt ganz neu an. D.h. eine Teilnahme an einer der Veranstaltungen im SS 05 oder WS 05/06 ist nicht notwendig, aber auch kein Hindernis.

Bedingung für Teilnahmenachweise ist die regelmäßige Teilnahme an den Sitzungen und die Bearbeitung einer kleineren Hausaufgabe von April bis Juli.

Für Leistungsnachweise müssen zusätzlich dazu weitergehende Eigenarbeiten erbracht werden. Das können Befragungen, Beobachtungen oder Literaturarbeiten sein. Eine Liste mit Vorschlägen wird am 29.4. vorgestellt.

### **Literatur**

- Lenke/Lutz/Sprenger: Grundlagen sprachlicher Kommunikation, München: 1995
- „Marketing zwischen Kreativität und Kosten“ absatzwirtschaft Sonderausgabe zum Deutschen Marketing Tag 2004
- „Das Prinzip Marke. Versprechen muss man halten“ brand eins Heft 02 März 2005

### **Organisatorisches**

Ab dem 15.03.2006 kann man sich unter [dr\\_bernsau@yahoo.de](mailto:dr_bernsau@yahoo.de) per E-Mail anmelden mit Angabe von Namen, Adresse und Matrikelnummer. Bei mehr als 30 Anmeldungen entscheidet die Reihenfolge der Anmeldungen!